

授業科目名	観光プロモーション演習	担当教員	高橋 伸佳
必修の区分	選択		
単位数	2単位		
授業の方法	演習		
開講年次	3年第1クォーター		
講義内容	<p>マーケティング・ミックスの一つであるプロモーション。あくまでもプロモーションは単体で成立するものではなくマーケティングプロセスの一環であることを理解しておく必要がある。こうした前提に基づき、本演習では企業や行政、観光業界で実際取り組まれているマーケティングプロセス全般を学習した上で、新たな観光プロモーション手法を検討する講義とする。</p> <p>講義においては、企業等の講師を大学に招聘し、観光プロモーション方策の立案を大学内にて演習形式で展開する。その中で、地域に根差した観光協会、DMO等の役割を知り、新たなプロモーション方策を具体的に作成していく。</p>		
到達目標	<ul style="list-style-type: none"> ・観光協会、DMO等の立場における観光プロモーション作成能力の修得を目指す。 		
授業計画	<p>演習期間：8日間（設問、基調講義、演習指導、講評）で構成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1～2日目：オリエンテーション、設問、基調講義、演習 学生自習（現地調査・課題分析） ・3～4日目：演習、演習指導 学生自習（中間案作成） ・5～6日目：演習、中間案提出、中間案に対する指導 学生自習（最終案作成） ・7～8日目：演習、最終案発表会、意見交換、講評 		
事前・事後学習	<ul style="list-style-type: none"> ・授業開始後は、学生側の自習を必須とする。 		
テキスト	<ul style="list-style-type: none"> ・各回の授業において資料を配布する。 		
参考文献	<ul style="list-style-type: none"> ・グロービス経営大学院「改訂4版グロービスMBAマーケティング」ダイヤモンド社（2019） ・フィリップ・コトラー、ジョンボーエン・ジェームス・マーキンス「コトラーのホスピタリティ&ツーリズムマーケティング（第3版）」、ピアソン・エデュケーション（2003） ・牧田幸裕「デジタルマーケティングの教科書」東洋経済新報社（2017） 		
成績評価の基準	出席・授業参加態度（50%）、最終レポート（50%）		
履修上の注意 履修要件	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングプロセスを積み上げていく形で観光プロモーション方法を習得する演習となっているので、授業に欠席した際は補講等を受けること。 		

実践的教育	観光分野の実務経験を持つ教員が、その実務経験を生かして教授することから、実践的教育に該当する。
備考欄	